

NAMA: HANIFFADHILAH

NPM: 2313025058

KELAS: PTI 23B

MATA KULIAH: E-COMMERCE

Jawab beberapa pertanyaan terkait materi pokok "Build Online Shop"

1. Penetrasi Pengguna Internet Berdasarkan Wilayah Geografis

Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penetrasi

Faktor utama yang memengaruhi penetrasi pengguna internet berdasarkan wilayah geografis (urban, rural-urban, rural/pedesaan) di Indonesia meliputi:

- **Infrastruktur Telekomunikasi:** Ketersediaan dan kualitas jaringan (fiber optik, 4G/5G) menjadi penentu utama. Wilayah urban (perkotaan) cenderung memiliki infrastruktur yang lebih maju dan merata dibandingkan rural (pedesaan).
- **Akses Listrik dan Keterjangkauan Harga:** Ketersediaan listrik yang stabil dan harga layanan internet (kuota/paket data) yang terjangkau. Masyarakat di wilayah rural mungkin memiliki daya beli yang lebih rendah.
- **Tingkat Pendidikan dan Literasi Digital:** Masyarakat dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi cenderung memiliki kesadaran dan kebutuhan yang lebih besar untuk mengakses internet.
- **Pembangunan Ekonomi:** Wilayah dengan pusat kegiatan ekonomi dan bisnis yang maju (urban) memiliki kebutuhan internet yang lebih tinggi.
-

Perbedaan Tingkat Penetrasi

Meskipun penetrasi internet di Indonesia secara total sudah tinggi (misalnya mencapai 79,5% - 80,66% dari total populasi per data APJII terbaru), tingkat penetrasinya menunjukkan perbedaan yang signifikan berdasarkan wilayah:

- **Urban (Perkotaan):** Memiliki tingkat penetrasi tertinggi. Akses mudah, infrastruktur lengkap, dan kebutuhan digital yang tinggi mendorong penggunaan internet hampir di seluruh populasi.
- **Rural-Urban (Pedesaan-Perkotaan):** Tingkat penetrasi cenderung berada di tengah. Infrastruktur mulai berkembang, namun mungkin masih menghadapi masalah kualitas dan kecepatan di beberapa area pinggiran.

- Rural (Pedesaan): Memiliki tingkat penetrasi terendah (meskipun terus meningkat). Tantangan utama adalah keterbatasan infrastruktur (blank spot atau kecepatan rendah) dan terkadang kendala keterjangkauan biaya perangkat/kuota.

2. Perangkat yang Digunakan dalam Mengakses Internet

Menurut survei, perangkat utama yang digunakan masyarakat Indonesia untuk mengakses internet adalah telepon seluler (smartphone). Penggunaan perangkat lain seperti komputer/laptop berada jauh di bawah smartphone.

Tren Penggunaan Perangkat Berdasarkan Wilayah

Tren penggunaan perangkat mencerminkan ketersediaan dan kemampuan finansial:

- Urban (Perkotaan): Meskipun smartphone tetap dominan, penggunaan laptop/komputer cenderung lebih tinggi karena tuntutan pekerjaan profesional, pendidikan, atau gaming yang membutuhkan performa perangkat yang lebih besar.
- Rural-Urban dan Rural (Pedesaan): Dominasi smartphone sangat kuat. Smartphone menjadi perangkat serbaguna utama untuk komunikasi, hiburan, dan mengakses informasi. Penggunaan komputer atau laptop jauh lebih sedikit, seringkali karena faktor biaya, keterbatasan listrik, atau infrastruktur yang belum memadai untuk penggunaan perangkat desktop.

3. Perilaku Pengguna Internet: Durasi Penggunaan

Durasi Penggunaan Internet

Survei menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu yang cukup lama di dunia maya.

- Secara umum, persentase terbesar pengguna internet menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari. Kelompok berikutnya berada pada durasi 1-2 jam dan 2-4 jam per hari.
- Perbedaan mencolok terlihat pada generasi muda (Gen Z dan Gen Y), di mana persentase yang menggunakan internet lebih dari 6 jam per hari jauh lebih tinggi dibandingkan Gen X dan Boomers.

Faktor yang Mempengaruhi Durasi Penggunaan

- Kepemilikan Smartphone dan Akses Jaringan: Ketersediaan smartphone yang mudah dibawa dan akses internet 24 jam (baik kuota atau Wi-Fi) memungkinkan penggunaan internet secara terus-menerus.
- Kebutuhan Hiburan/Sosial: Media sosial, layanan streaming video (seperti YouTube, TikTok), dan mobile gaming adalah driver utama durasi penggunaan yang tinggi, terutama pada generasi muda.

- Kebutuhan Pendidikan dan Pekerjaan: Pembelajaran daring (online learning) dan Work From Home (WFH) telah meningkatkan durasi penggunaan internet pada semua kelompok usia/generasi.
- Aktivitas E-commerce: Menjelajahi marketplace, membandingkan harga, dan berinteraksi dengan penjual juga menambah total durasi penggunaan harian.

4. Peran Sosial Media dan Mesin Pencari

Persentase Pemanfaatan

Media sosial dan mesin pencari (search engine) merupakan dua pemanfaatan internet yang paling dominan di Indonesia:

- Media Sosial: Mayoritas pengguna internet (seringkali di atas 90% atau bahkan mencapai 96% untuk anak muda) menggunakan internet untuk mengakses media sosial.
- Mesin Pencari: Penggunaan mesin pencari (seperti Google) juga berada di urutan teratas, seringkali dengan persentase di atas 80%-90%.

Analisis Dominasi

1. Media Sosial:

- Kebutuhan Sosial: Memenuhi kebutuhan akan komunikasi, interaksi, dan ekspresi diri.
- Sumber Informasi & Hiburan: Berfungsi ganda sebagai sumber berita, tren, dan platform hiburan (video, live streaming).
- E-commerce & Bisnis: Semakin banyak digunakan sebagai sarana jualan online (Social Commerce), membuat pengguna terus login untuk berinteraksi dengan brand atau membeli produk.

2. Mesin Pencari:

- Gerbang Utama Informasi: Merupakan titik awal untuk hampir semua aktivitas online, termasuk mencari informasi, mencari alamat website tertentu, membandingkan produk, dan mencari solusi atas masalah (problem-solving).
- Koneksi ke Layanan Lain: Digunakan untuk mencari tautan ke marketplace, portal berita, atau website edukasi, menjadikannya layanan yang sangat fundamental.

5. Pengaruh Status Sosial Ekonomi (SSE)

Status Sosial Ekonomi (SSE) memainkan peran besar dalam menentukan tingkat akses dan pemanfaatan internet di Indonesia:

a. Akses Internet:

- SSE Tinggi: Memiliki tingkat penetrasi dan kualitas akses yang jauh lebih baik. Mereka mampu membeli paket data premium, perangkat high-end, dan berlangganan internet rumah (Wi-Fi) dengan kecepatan tinggi.
- SSE Rendah: Seringkali menghadapi tantangan dalam keterjangkauan harga (biaya perangkat dan kuota), sehingga memaksa mereka menggunakan akses yang lebih terbatas (misalnya hanya di smartphone dengan kuota minimal).

b. Pemanfaatan Internet:

- SSE Tinggi: Pemanfaatan cenderung lebih luas dan produktif, seperti untuk pendidikan jarak jauh, investasi online, bisnis profesional, dan layanan digital premium (Netflix, Spotify).
- SSE Rendah: Pemanfaatan cenderung lebih terfokus pada komunikasi dasar, hiburan gratis (media sosial dan video pendek), dan informasi seadanya.

Dampak: Perbedaan ini berkontribusi pada kesenjangan digital (digital divide), di mana kelompok SSE yang lebih rendah berisiko tertinggal dalam peluang ekonomi, pendidikan, dan sosial yang ditawarkan oleh internet.

6. Kecenderungan Membeli Barang Secara Online (E-commerce)

Alasan Mendasari Perilaku Pembelian Online

Pengguna internet di Indonesia menunjukkan kecenderungan kuat untuk membeli secara online. Alasannya meliputi:

1. Kemudahan dan Efisiensi: Dapat berbelanja kapan saja (24/7) dan di mana saja tanpa harus pergi ke toko fisik, menghemat waktu, tenaga, dan biaya transportasi.
2. Harga Kompetitif & Promo: Platform e-commerce dan toko online sering menawarkan promo, diskon, cashback, dan subsidi ongkos kirim (ongkir) yang sulit didapatkan di toko fisik.
3. Pilihan Produk Lebih Banyak: Akses ke berbagai brand dan produk (lokal maupun impor) yang tidak tersedia di toko fisik terdekat.
4. Transparansi Informasi: Kemampuan untuk membandingkan harga, membaca review, dan melihat rating produk/penjual sebelum memutuskan membeli.

Dampak terhadap Industri E-commerce di Indonesia

- Pertumbuhan Ekonomi Digital: Dorongan perilaku ini menjadikan e-commerce sebagai pilar utama ekonomi digital Indonesia. Nilai transaksi digital terus meningkat drastis setiap tahunnya.
- Penciptaan Lapangan Kerja: Memicu peningkatan kebutuhan akan tenaga kerja di sektor logistik, kurir, digital marketing, dan pengembang aplikasi.

- Akses Pasar UMKM: Membuka peluang besar bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) untuk menjual produk mereka melampaui batas geografis lokal, meningkatkan daya saing, dan berkontribusi pada produk domestik bruto.
- Perubahan Perilaku Konsumen: Mengubah kebiasaan belanja dari fisik ke digital, mendorong toko ritel tradisional untuk bertransformasi atau mengadopsi kanal penjualan online.

7. Kesadaran dan Perlindungan Keamanan Data

Pengertian Kesadaran Keamanan Data

Kesadaran keamanan data adalah pemahaman dan pengakuan oleh pengguna internet tentang risiko yang melekat pada aktivitas online (seperti phishing, malware, dan pencurian identitas) dan pentingnya mengambil tindakan proaktif untuk melindungi informasi pribadi mereka (seperti nama, alamat, nomor KTP, dan data finansial).

Perilaku Pengguna Terkait Perlindungan Data Pribadi

Meskipun survei menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi, perilaku perlindungan data seringkali masih belum optimal atau konsisten:

- Tindakan Positif (Sadardiri): Menggunakan kata sandi yang kuat dan unik, mengaktifkan Otentikasi Dua Faktor (2FA), dan berhati-hati saat mengklik tautan mencurigakan (phishing).
- Kelemahan Perilaku:
 - Pengabaian Terms & Conditions: Banyak pengguna yang langsung menyetujui syarat dan ketentuan tanpa membaca, yang berpotensi memberikan izin berlebihan kepada aplikasi untuk mengakses data pribadi.
 - Penggunaan Kata Sandi yang Sama: Meskipun tahu risikonya, banyak yang masih menggunakan kata sandi yang sama untuk berbagai akun.
 - Minimnya Software Keamanan: Penggunaan antivirus atau password manager mungkin belum merata.
 - Rentan terhadap Ancaman: Sebagian masyarakat masih rentan terhadap penipuan online (seperti penipuan iklan atau pencurian data) meskipun sudah ada peringatan.

Regulasi: Kesadaran ini juga didukung oleh keberadaan Undang-Undang Perlindungan Data Pribadi (UU PDP) yang memberikan kerangka hukum untuk melindungi hak privasi individu.

8. Pemanfaatan Internet dalam Bidang Pendidikan

Saya memilih bidang Pendidikan untuk dianalisis lebih lanjut:

Pengaruh Internet terhadap Perkembangan Pendidikan di Indonesia

1. Akses ke Sumber Belajar:

- Internet telah mendobrak batasan akses informasi. Siswa, mahasiswa, dan guru tidak lagi hanya bergantung pada buku fisik di perpustakaan, tetapi dapat mengakses jurnal internasional, video edukasi (YouTube), e-book, dan platform pembelajaran daring (e-learning) global.
- Dampaknya: Memperkaya materi ajar dan memungkinkan pembelajaran mandiri (self-learning).

2. Munculnya E-learning dan Blended Learning:

- Pandemi COVID-19 mempercepat adopsi pembelajaran jarak jauh (distance learning). Platform seperti Zoom, Google Classroom, dan Learning Management System (LMS) menjadi alat utama.
- Dampaknya: Menciptakan model blended learning (kombinasi tatap muka dan online) yang lebih fleksibel dan skalabel.

3. Kesempatan Pengembangan Diri:

- Internet memunculkan platform kursus online (MOOCs - Massive Open Online Courses) seperti Coursera, Udemy, dan platform lokal (misalnya Ruangguru/Zenius).
- Dampaknya: Memberikan kesempatan bagi masyarakat umum (termasuk yang tidak menempuh pendidikan formal) untuk meningkatkan skill dan kompetensi yang relevan dengan pasar kerja digital.

4. Kesenjangan Digital:

- Meskipun manfaatnya besar, akses internet dan kepemilikan perangkat yang tidak merata (seperti dijelaskan di no. 5) menciptakan tantangan kesenjangan pendidikan antara siswa di wilayah urban yang high-speed dengan wilayah rural yang aksesnya terbatas.

9. Tren Penggunaan Aplikasi Lokal vs. Global

Tren Penggunaan Aplikasi Lokal

Survei seringkali menunjukkan bahwa aplikasi lokal di Indonesia, terutama yang bergerak di bidang transportasi daring, e-commerce, dan layanan finansial, memiliki tingkat adopsi yang sangat tinggi dan mampu bersaing ketat dengan aplikasi global.

Contoh utama adopsi aplikasi lokal yang kuat:

- E-commerce/Marketplace Lokal: Shopee, Tokopedia.
- Transportasi & On-Demand Lokal: Gojek, Grab (meskipun Grab berbasis di luar, layanan mereka sangat terlokalisasi).
- Fintech Lokal: Aplikasi pembayaran, e-wallet, dan perbankan digital.

Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Lokal

1. Lokalisasi Konten dan Bahasa: Aplikasi lokal memahami nuansa bahasa, budaya, dan humor Indonesia, membuat pengalaman pengguna lebih personal dan relevan.
2. Model Bisnis yang Disesuaikan: Aplikasi lokal menciptakan solusi yang spesifik untuk masalah dan kebutuhan masyarakat Indonesia (misalnya fitur ojek online, pembayaran tunai/COD, diskon/promo yang sangat spesifik momen lokal).
3. Keterlibatan UMKM: Aplikasi lokal, terutama e-commerce dan on-demand, sangat mendukung UMKM dan pedagang kecil, menarik basis pengguna yang luas.
4. Regulasi dan Dukungan Pemerintah: Beberapa sektor industri lokal didukung oleh regulasi yang memprioritaskan pemain lokal, serta kampanye bangga produk Indonesia.
5. Isu Data dan Kepercayaan: Pengguna mungkin merasa lebih percaya dan aman dalam memproses data sensitif dengan perusahaan yang berkantor pusat dan tunduk pada hukum Indonesia.

Meskipun demikian, aplikasi global (seperti WhatsApp, Google, TikTok, Facebook) tetap mendominasi kategori komunikasi, hiburan, dan mesin pencari karena sifat layanan mereka yang universal.